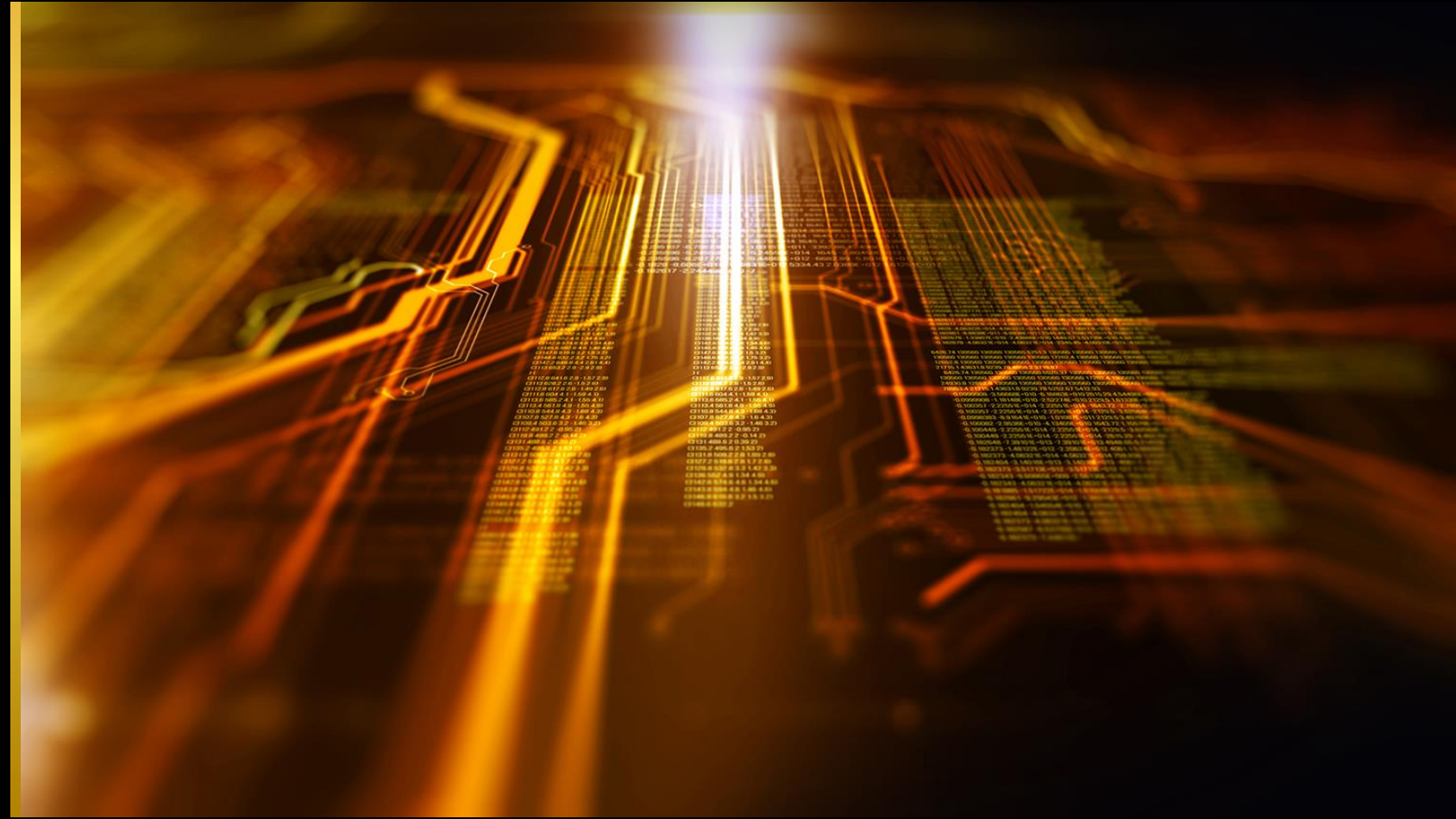


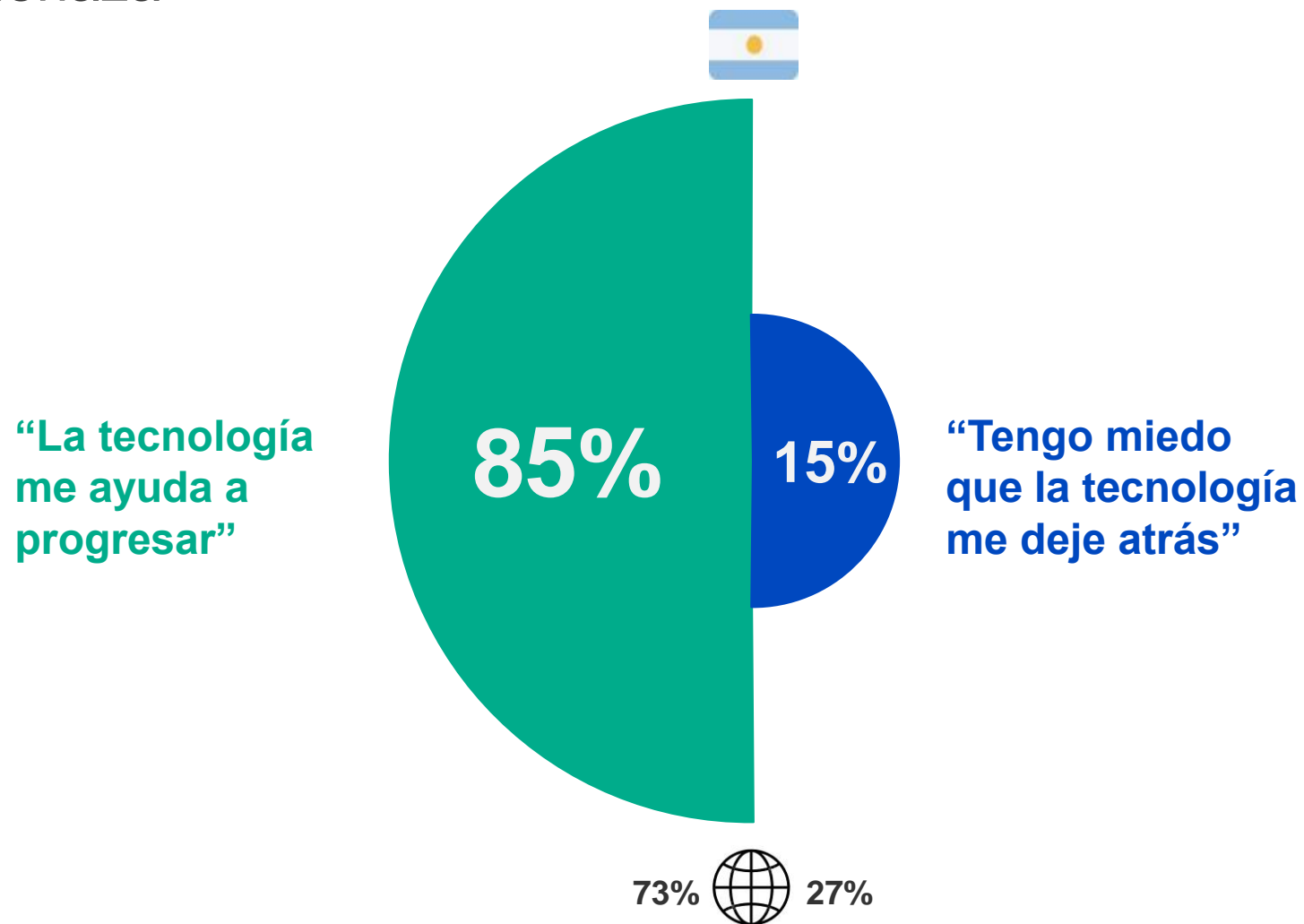
KANTAR

AI y Chat GPT en Argentina

¿Cuán preparados estamos para adoptar las nuevas tecnologías?



La mayoría de los argentinos ve a la tecnología como una herramienta para el progreso y no como una amenaza

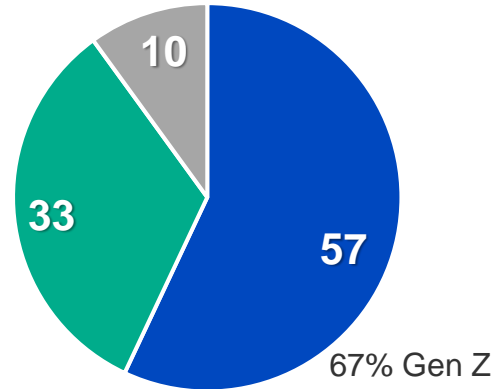


¿Cuánto sabemos de las últimas grandes novedades tecnológicas?

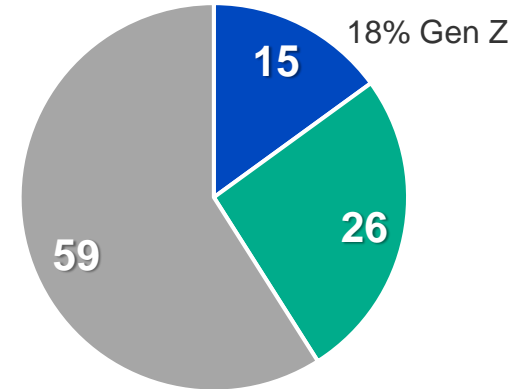


- Escuché y sé de qué se trata
- Escuché pero no sé qué es
- Nunca escuché del tema

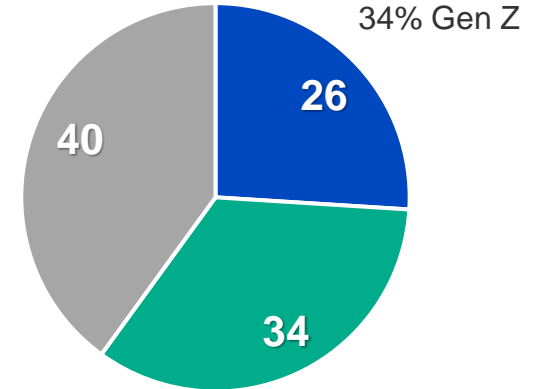
Inteligencia Artificial / AI



Machine Learning



Metaverso



Casi 6 de cada 10 argentinos está familiarizado con el concepto de Inteligencia Artificial, pero Machine Learning y Metaverso son desarrollos que aún no llegaron a la mayoría. Los Centennials (Gen Z/16-24) está mucho más al tanto de estos temas

4 de cada 10 argentinos reconoce que el desarrollo de la inteligencia artificial en el mundo del trabajo los impactará directamente.



La AI afectará la manera de hacer mi trabajo en los próximos 5 años



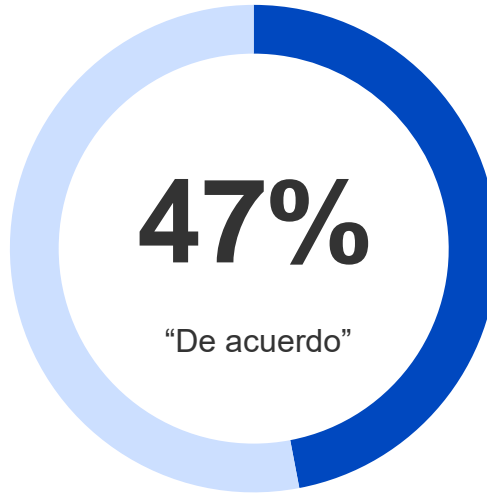
Gen Y / Gen Z:
44%

Una proporción importante considera que el uso de la AI traerá avances y beneficios, pero que su distribución no será pareja.

La AI traerá beneficios para el conjunto de la sociedad



La AI acentuará las diferencias de la sociedad



Entre el desconocimiento y las dudas, casi un 40% manifiesta inquietudes en relación a cómo puede utilizarse la Inteligencia Artificial



% “El uso de la AI me genera preocupación y desconfianza”



De acuerdo

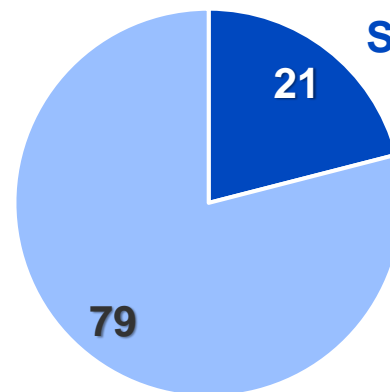
Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Chat GPT, el bot conversacional de Open AI, llega a un nivel de awareness del 21%, mientras que un tercio de los conocedores ya lo utilizó.

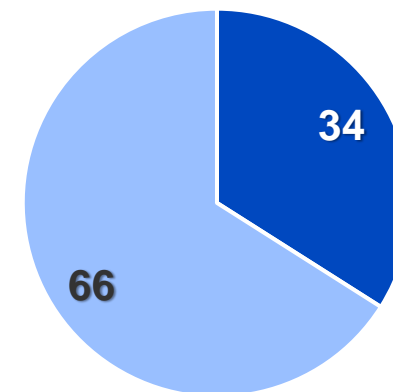


¿Escuchaste hablar de Chat GPT?



ABC1: 40%

¿Lo probaste, ya sea para curiosoear o trabajar?



GenZ: 48%

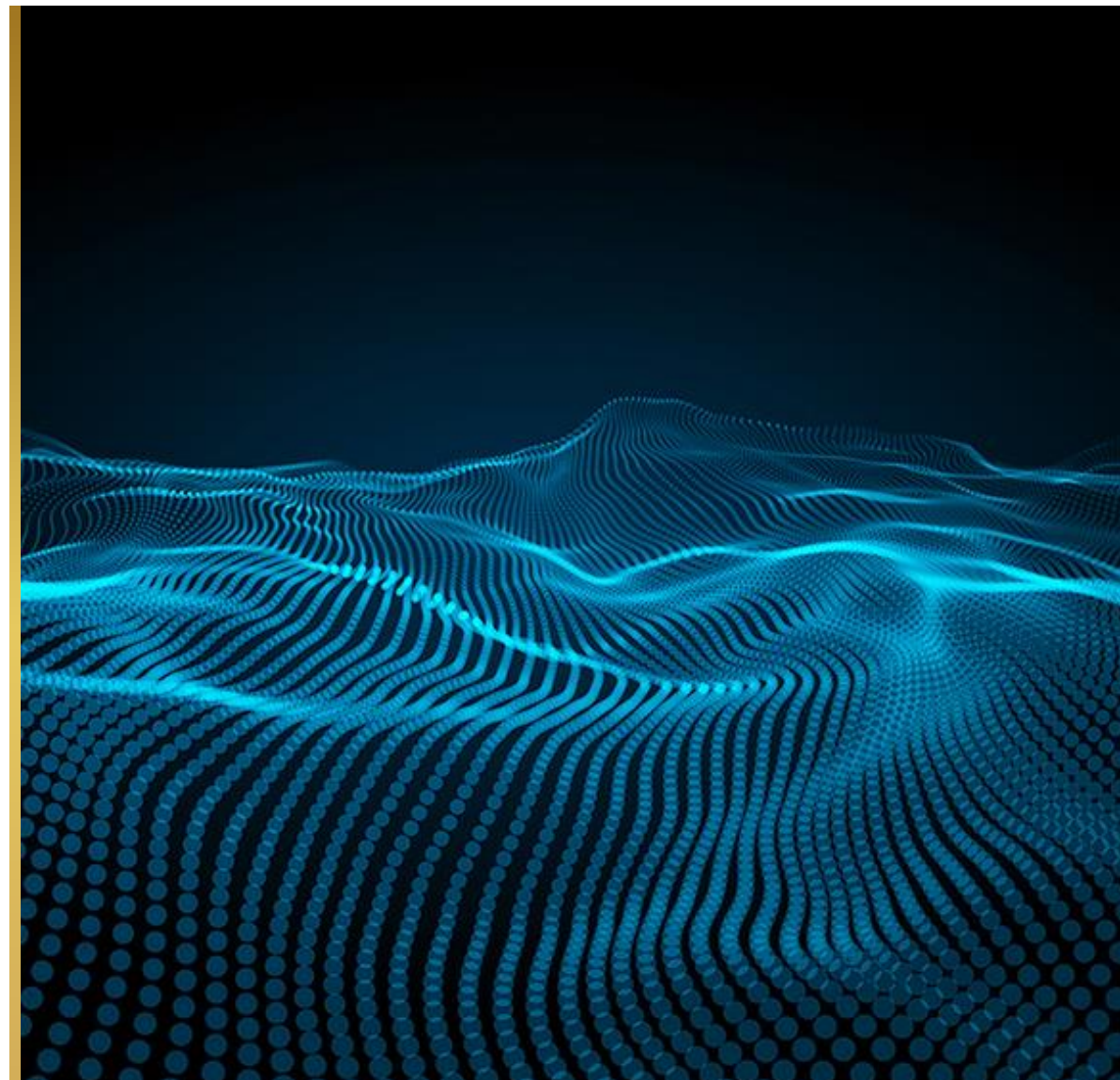
¿Cuán preparados estamos para adaptarnos a las nuevas tecnologías?

Los argentinos se muestran más abiertos que la mayoría de los países a experimentar nuevas tecnologías e implementarlas en su vida cotidiana. Pero así como desconfían de los políticos, las instituciones y las marcas, hay aspectos del desarrollo tecnológico que miran con cierto recelo.

Hay mucho espacio para que la gente se familiarice con algunos conceptos nuevos, y pueda comprender su aplicación práctica. Las marcas que quieran utilizar las nuevas herramientas en sus relaciones con los consumidores tienen la obligación de actuar con responsabilidad y jugar un rol didáctico, comunicando con claridad y estableciendo los límites.

En relación con desarrollos de AI, como Chat GPT, la evolución en los últimos años ha sido fenomenal, pero las oportunidades a futuro son infinitas, porque están lejos de lograr la madurez. Para que adquieran usos masivos, la sociedad tendrá que entender que AI no es magia, sino que son modelos entrenados, y que el resultado que ofrezcan será tan bueno como el input y entrenamiento que le demos.

Cómo suele suceder con estos temas, son los más jóvenes, los nativos digitales, los que están un paso adelante, y si bien están ansiosos por “jugar” con esto, van a ser los más demandantes.

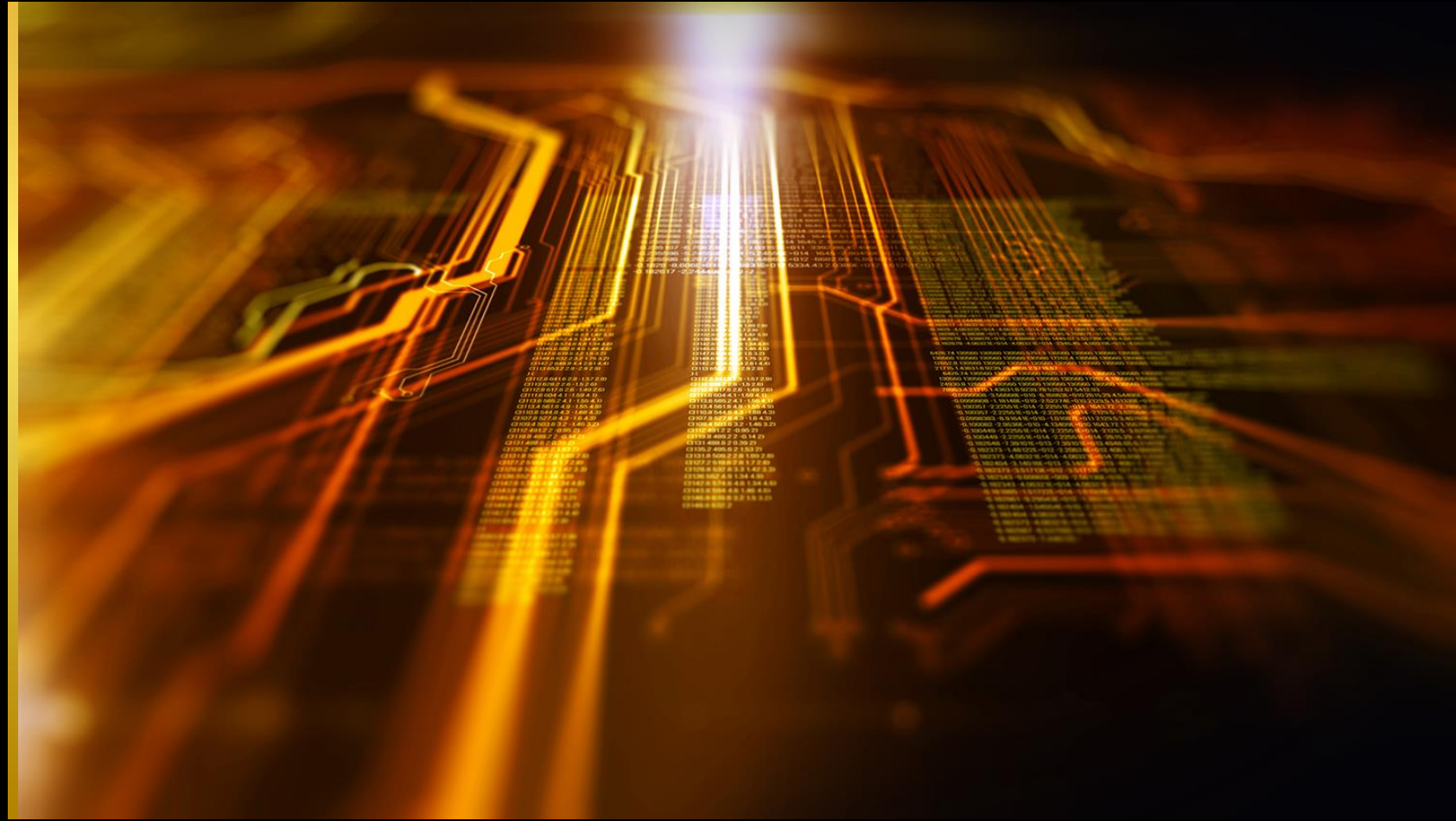


KANTAR

¡Gracias!

Kantar es la empresa líder mundial de consultoría e insights basados en evidencias. Tenemos un entendimiento pleno, único y completo de cómo piensan, sienten, y actúan las personas; a nivel global y local, en más de 90 mercados.

Combinando la gran experiencia profesional de nuestro personal, nuestros datos y benchmarks, nuestras innovadoras capacidades de analytics y tecnología, damos forma a las marcas del mañana entendiendo a las personas en todos lados.



ARGENTINA
Marzo 2023

www.kantar.com
<https://www.linkedin.com/company/insightsbykantar/>

Sebastian.Corzo@kantar.com